

# 名古屋市を中心とする小売業の地域的動向

名古屋学院大学助教授 林 上

目次	頁
はじめに	2
Ⅰ 名古屋大都市圏における動向	
1 大都市圏に占める名古屋市のシェア変化	3
2 名古屋市に対する購買依存動向	5
Ⅱ 名古屋市内における動向	
1 小売業の地域的動向	7
2 主要小売業地域の動向	13
おわりに	17

## はじめに

経済の高度成長期を通して、わが国の大都市は人口の著しい集中をみる一方、その面的拡大をも経験した。工業をはじめとする諸々の都市機能が、中心部から周辺部へと外延的に分散化するなかで、人口の郊外化もまたすすめられた。人口の郊外化は、元来消費者志向的な産業である商業やサービス業活動の郊外化を誘発し、折から急激に発展しつつあったモータリゼーションに支えられながら、その範囲を大都市を越える大都市圏全体にまで拡げた。

こうした大都市あるいは大都市圏の発展過程にみられる小売業の特徴的な動きのひとつとして、大都市中心部あるいは大都市全体における小売業の相対的な衰退現象があげられる。この現象は、いちちやく郊外化の洗礼をうけた北米型の大都市圏に最も顕著に認められ、小売業シェアに関する

中心部と周辺部の比は1960年代に完全に逆転したといわれる。自動車交通中心の北米型大都市圏とは異なり、公共輸送機関が都心部を中心として発達しているわが国の大都市圏では、都心部には依然として多くの小売業機能が集積している。とはいえ、都市機能や人口などの郊外化は時代の趨勢であり、小売業の地域構造もこれに伴って変化している。

とりわけ、近年その成長ぶりに目を見張るものがある大規模小売業が、都市中心部から郊外あるいは周辺都市へと店舗立地を展開するのに伴い、大型店の有する強力な消費者吸引力は、都心部百貨店の独占物ではなくなった。消費者の購買行動にも当然変化がみられ、購買機会の増大や業種の専門化が進むなかで、その行動パターンは多様化の度を増している。

小売業をとりまくこうした一連の動向を、名古屋市とこれを中心とする大都市圏において考察するのが本稿の目的である。名古屋市は、わが国の代表的な大都市のひとつであり、同市を中心とする小売業活動の近年の動向を知ることにより、大都市および大都市圏の発展に伴って、小売業がどのように立地変動を示すか、その一端が明らかになるとと思われる。本稿でははじめに大都市圏における名古屋市のシェア変化について述べ、つぎに名古屋市内における小売業の動向について考察する。

## I 名古屋大都市圏における動向

### 1. 大都市圏に占める名古屋市のシェア変化

名古屋大都市圏のほぼ中心に位置する名古屋市は、圏域人口の49.4%（昭和50年）を占めており、文字通り中核都市としての機能を有している。しかし産業活動を地域的分布からみた場合、大都市圏に占める同市のシェア（配分比率）は、近年徐々に低下する傾向にある。そこではじめに名古屋市のシェア変化を産業全体についてみ、ついで同じく小売業のシェア動向について検討する。

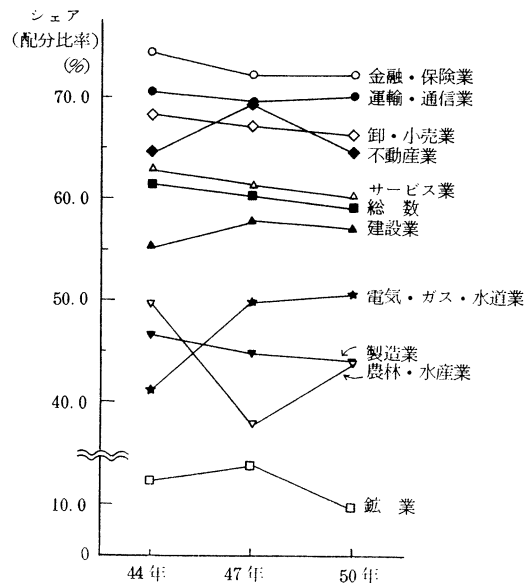
#### (1) 産業別事業所数のシェア変化

昭和44年度の事業所統計調査によれば、大都市圏に占める名古屋市の事業所数シェアは61.3%であった。これを産業別にみると、金融・保険（74.1%）、運輸・通信（70.2%）、卸・小売（68.0%）、不動産（64.3%）、サービス（62.5%）の各産業が全体の平均値を上回っている。これらはいずれもいわゆる第3次産業に属しており、名古屋市の産業が直接財の生産に関与する第1次・2次産業よりも、むしろ財やサービスあるいは情報の流通・管理に携わる第3次産業に特化していることがわかる。

こうした特徴は、47・50の両年次においてもほとんど変わらず、上記産業のシェアはいずれも60%以上を保っている。しかし大都市圏に占める産業全体のシェアがこの期間中に61.3%→60.0%→59.1%、とわずかずつ低下したのと歩調を合わせるように、大半の産業がそのシェアを下げたのもまた事実である（第1図）。

名古屋市のシェア低下は、大都市圏全体の事業所増加率が名古屋市のそれを上回ったことを意味するが、このことはとりまなおさず名古屋市を除く大都市圏で、より多くの事業所が立地したから

に他ならない。そしてその際重要なことは、シェア低下が非都市的産業や製造業ばかりでなく、名古屋市の特化産業である第3次産業にも等しく認められたことである。

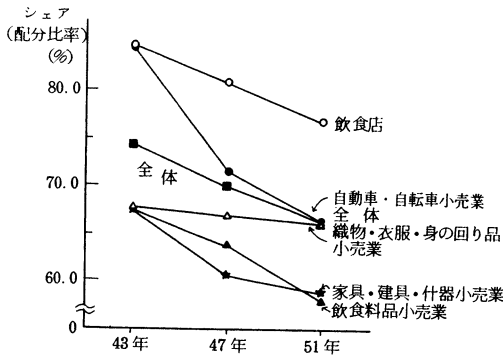


第1図 名古屋市の事業所数シェアの推移

#### (2) 小売業シェアの推移

次に小売業について、名古屋市のシェア動向をみてみよう。まず商店数についてであるが、全体では昭和43-51年の間に2.0%ほど減少した。とくに減少幅が大きかったのは、飲食店（-4.4%）、家具・建具・什器小売業（-4.1%）であり、これらの減少分が大きかったため、各種商品小売業（1.0%）、織物・衣服・身の回り品小売業（0.4%）の増加分が打ち消され、全体としてのシェア低下を招いた。同様に従業者数からみても、名古屋市のシェア低下は明らかであり、8年間で8.4%の減少をみた。とりわけ自動車・自転車小売業（-10.1%）、飲食店（-7.1%）、各種商品小売業（-6.8%）、飲食料品小売業（-6.1%）の減少幅が大きく、増加業種は皆無である。

名古屋市が大都市圏に占める小売業の販売額シェアは、どの業種についても商店数や従業者数のそれより大きいですが、この期間中におけるシェア変化は、前二者と同様、減少傾向をはっきりと示している（第2図）。すなわち43年に74.4%であった販売額シェアは、47年に70.0%となり、51年には66.2%まで低下した。販売額に秘匿数字のある各種商品小売業を除く他の小売業は、いずれも連続的なシェア低下を経験した。とりわけ減少が顕著だったのは、自動車・自転車小売業（-18.8%）、飲食料品小売業（-9.4%）、それに家具・建具・什器小売業（-8.6%）の3業種であった。



第2図 名古屋市の小売業販売額シェアの推移

小売業のどの指標をとってみても、大都市圏に占める名古屋市のシェアが近年低下しつづけていることは否定できないが、減少の仕方やその幅は業種によって異なっている。3つの指標を通して減少がとくに大きかったのは、飲食料品小売業、飲食店、自動車・自転車小売業、家具・建具・什器小売業であり、反対に織物・衣服・身の回り品小売業はわずかな減少にとどまった。もともと販売額シェアの大きい飲食店や自動車・自転車小売業は、51年時点でも60%以上のシェアを保っている

が、飲食料品小売業と家具・建具・什器小売業は47年から51年にかけてシェアが60%を下回ってしまった。

以上のように、名古屋市の小売業シェアは近年減少の一途をたどっているが、このことは裏をかえせば、大都市圏の他の地域が年々そのシェアを増していることを意味する。とくに増加幅が大きかった地域を販売額指標についてみると、次のようになる。小売業全体については、尾張北部(2.7%)、尾張西部(1.6%)、知多地域(1.4%)、尾張東部(1.1%)、海部東部(0.8%)、海部西部(0.6%)の順で増加幅が大きく、全体としては大都市圏の北部で小売業の伸びが大きかったといえる(第1表)。

次にこれを業種別に検討すると、全般的には尾張西部における伸びが大きいが、例外的に織物・衣服・身の回り品小売業だけは、尾張北部と知多それに海部西部の3地域が減少を示し、反対に海部東部で増加をみた。また、名古屋市のシェア低下が著しかった自動車・自転車小売業は、尾張部ばかりでなく、知多・海部地域でもその伸びが大きかった。

第1表 小売業販売額地域別比率

(%)

地域	年次	43	47	51
名古屋市		743.5	699.7	662.0
尾張西部		80.3	88.0	96.3
尾張北部		59.2	74.1	85.9
尾張東部		27.9	30.5	38.7
知多		62.2	75.5	76.4
海部西部		17.0	19.4	22.6
海部東部		9.9	12.8	18.1
計		1,000.0	1,000.0	1,000.0

## 2. 名古屋市に対する購買依存動向

### (1) 購買依存率の変化

前述のように、小売業活動において、大都市圏に占める名古屋市のシェアは近年低下の傾向にあるが、これを消費者の購買行動の側面からみたらどうか。販売額シェアの減少は、そのまま購買消費者数の減少につながるものではないが、周辺地域からの購買流入が多い名古屋市にあっては、販売額のかなりの部分が市外居住者の購買によって占められているため、販売額のシェア低下は、購買流入の減少に反映されるものと思われる。

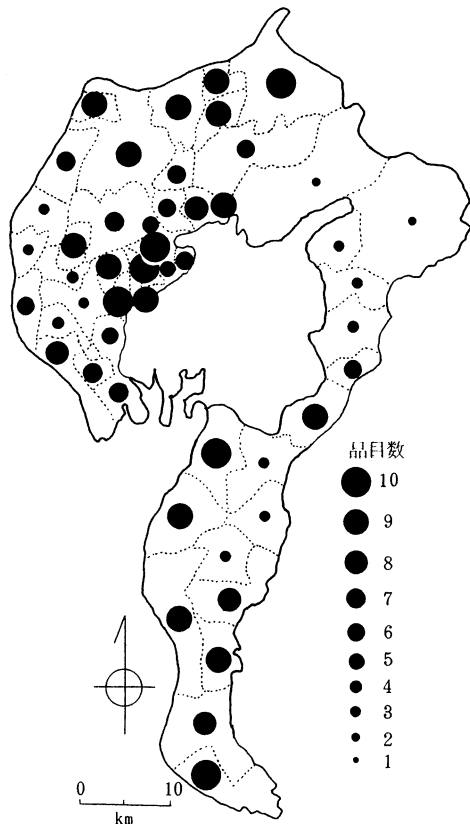
そこでまず、名古屋大都市圏（愛知県尾張部）を対象として実施された消費者購買行動の調査にもとづいて、名古屋市に対する周辺地域の購買依存動向を検討してみよう。昭和48・51の両年に行われたこの調査によれば、名古屋市に対する購買依存率が全般に低下したことが明らかである。第2表の左の欄は、中元・歳暮の贈答品から青果物・

肉・鮮魚にいたる10品目について、名古屋市に対する周辺市町村の購買依存率を単純合計したものである。これによると、時計・めがね・カメラと家具・室内装飾品を例外として、他は軒なみ依存率が低下していることがわかる。また同じ表の中央の欄は、購買依存市町村数の推移を示しており、もともと依存市町村数が少なかった低次な商品では、さらにこの数が減少している。もちろんすべての市町村が依存率を減らしたわけではなく、同じ表の右欄にあるように、増加を示したものもある。しかし、その数は減少数を大きく下回っており、結果的に名古屋市に対する購買依存率は大きく減少したのである。

それでは名古屋大都市圏のうちで、名古屋市に対する購買依存が大きく変化したのはどの地域であろうか。第3図（次頁）は、先に述べた10品目のうち、名古屋市に対する購買依存率が48-51年に減少を示した品目数を市町村別に示している。これによると、清洲町、七宝町、甚目寺町など名古屋市の西に連なる地域と、犬山市、一宮市、江

第2表 名古屋市に対する購買依存率の変化

品目	購買依存率（合計値%）		購買依存市町村数		依存率増減市町村数		
	48	51	48	51	増加	減少	変化なし
中元・歳暮の贈答品	2,407.1	2,188.9	49	49	14	34	1
時計・めがね・カメラ	1,662.4	1,839.0	49	49	19	30	-
洋服・洋装類	1,765.2	1,573.4	49	49	19	29	1
家具・室内装飾品	1,339.4	1,394.0	49	49	17	31	1
靴・鞆	1,410.4	1,274.4	49	48	16	33	-
呉服・寝具	1,276.0	1,131.1	48	49	11	38	-
洋品・シャツ・下着	881.0	767.6	48	48	17	29	3
その他の食品	330.1	201.4	49	41	3	45	1
日用雑貨類	203.2	171.2	44	39	17	28	4
青果物・肉・鮮魚	190.7	145.6	42	36	15	29	5



第3図 購買依存率減少品目数

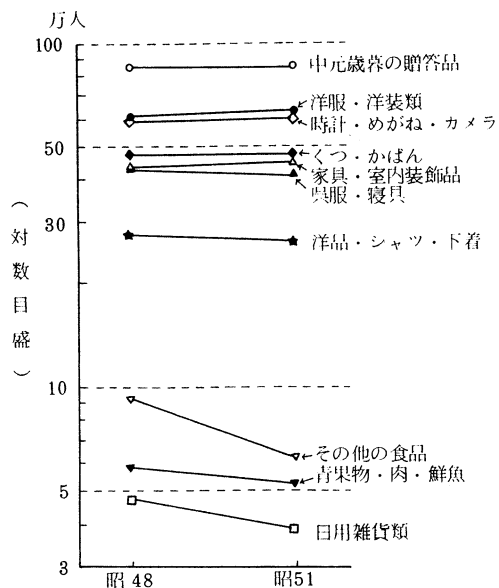
南市などがある尾張北部・西部、それに常滑市、半田市などの知多地域で、減少品目数の多いことがわかる。また、これとは反対に、春日井市から阿久比町に至る南北方向に連なる地域では、増加品目数が減少品目数を上回る市町が多く、名古屋市商勢力がこの方面で強くなったことを示している。

(2) 購買流入人口(推定値)の変化

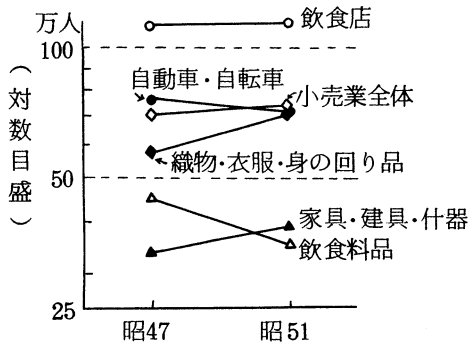
名古屋市に対する購買依存の絶対的变化を知るためには、(1)で示した購買依存率の単純合計値ではなく、購買額あるいは購買人口といった絶対的な値の変化によって捉えなければならない。購買額(販売額)そのものは、物価上昇に伴って年々

増加するため、ここでは人口数によってその動向をみることにする。名古屋市への購買流入人口を推定する方法は2つあるが、はじめの方法は、名古屋市に対する購買依存率に各市町村の人口を乗じて、それを合計するものである。2番目の方法は、1人当たりの購買額(販売額)が大都市圏全体で一定であると仮定して、小売業販売額と人口から名古屋市の余剰販売額(市外居住者に対する販売額)に相当する人口を推定する方法である。これら2つの方法は、ともにいくつかの仮定を前提としている点に留意する必要があるが、それらの推定結果を比較・検討すると次のことが明らかになる。

はじめの推定結果(第4図)によれば、中元・歳暮の贈答品から家具・室内装飾品にいたる高次財については、名古屋市への購買流入人口が微増ないしは停滞状況にあることがわかる。また、呉服寝具から日用雑貨類までの中・低次財の購買流入人口は明らかに減少傾向にある。一方、2番目の



第4図 名古屋市への購買流入人口(推定値)



第5図 名古屋市への購買流入人口 (推定値)

推定方法による結果 (第5図) では、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食店、家具・建具・什器小売業の購買流入人口が増加したのに対し、自動車・自転車小売業と飲食料品小売業のそれは減少したことを示している。2つの推定方法の業種分類が整合しないため即断はできないが、少なくとも日用雑貨類や飲食料品など低次財については、購買流入人口が減少したことは明白である。

こうしたことから、名古屋市の小売業機能は、高次なものについては依然として大都市圏に対してその影響力を保持しているが、低次機能に関しては、その影響力を徐々に弱めているといえる。

このことはいいかえれば、低次財は地元で購入する傾向が名古屋市周辺部で強まったことを意味しており、それらの地域における小売業の低次 (最寄) 機能の充実ぶりがうかがわれる。

## Ⅱ 名古屋市内部における動向

### 1. 小売業の地域的動向

次に目を転じて、名古屋市内部における小売業の最近の動向について検討してみよう。昭和43—51年における小売業販売額の業種別構成比率の推移を示した第3表によれば、この時期に各種商品小売業と飲食店の比率がほぼ連続的に増大したことがわかる。これに対し、自動車・自転車小売業の比率は43年の13.6%から51年の9.5%へと大きく減少し、販売額順位も3位から6位へ落ちた。大規模小売業の著しい成長と、外食習慣の浸透に伴う飲食店の発展、それに自動車・自転車小売業の相対的な伸び悩みがこの時期の特徴であるが、こうした傾向は小売業の地域的動向にどのように反映されたのであろうか。

第3表 名古屋市の小売業販売額と業種別構成比率の推移

年 次		43	45	47	49	51
小売業商品販売額 (100万円)		563,057	753,639	920,489	1,306,956	1,702,718
構 成 比 率 (%)	各種商品小売業	13.3	14.9	16.1	18.6	17.5
	織物・衣服・身の回り品小売業	10.3	9.6	10.5	10.1	10.5
	飲食料品小売業	24.7	21.8	23.0	20.7	21.8
	自動車・自転車小売業	13.6	12.8	10.7	11.2	9.5
	家具・建具・什器小売業	8.2	9.8	8.2	8.5	7.1
	その他の小売業	17.5	17.9	17.5	17.1	19.1
	飲食店	12.4	13.1	14.0	13.7	14.5
	合 計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

次に小売業分布の地域的推移過程を、地帯別・方向別に考察してみよう。

### (1) 地帯別考察

小売業は、消費者志向的な産業であるため、その分布は消費需要の空間的分布に密接に関連している。また、多くの都市では都心が都市全体から最も集まり易い場所であり、ここを中心として人口や都市機能が距離通減的に分布している。それゆえ、ここでははじめに名古屋市の都心(栄学区)を中心として、2Km幅の同心円を描き、各々の円によって画されるリング状の地帯ごとに小売業の販売額配分比率を求めた。

第4表は、名古屋市全体の販売額を1,000.0として、各地帯のシェア(配分比率)の推移を示したものである。それによると、都心から2Kmと2~4Kmの2つの地帯では、多少の上下はあるものの、全般的には減少傾向が支配的であり、8年間にそれぞれ36.6%、34.2%だけ比率が下がった。これに対し、6Km以遠にある5つの地帯では、増加傾向がはっきりしており、6~8Km地帯は36.4%、10~12Km地帯は27.5%それぞれ比率を増した。

第4表 小売業販売額の地帯別配分比率

年次 距離帯(km)	小売業商品販売額配分比率(%)				
	43	45	47	49	51
0~2	414.5	414.6	394.1	387.4	377.9
2~4	262.5	246.7	249.4	237.1	228.3
4~6	185.3	176.0	178.4	181.3	172.0
6~8	75.4	88.1	98.8	103.2	111.8
8~10	50.1	51.0	53.3	60.8	68.5
10~12	8.6	19.9	18.5	25.8	36.1
12~14	3.5	3.8	7.3	4.0	5.0
14~16	0.0	0.0	0.2	0.3	0.4
合計	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0

つまり、小売業分布を同心円的な地帯別にみた場合、名古屋市の小売業は都心から4~6Km付近を支点として、その内側で配分比率の減少、外側で増加という、あたかもシーソーのような動きのあったことがわかる。

次にこれを業種別に検討すると、いずれの業種の場合も、0~4Km地帯での減少と6Km以遠での増加がほぼ共通しているが、増減幅については業種間に差異が認められる。すなわち、織物・衣服・身の回り品小売業と飲食料点小売業は2~4Km地帯での減少が大きく、0~2Km地帯で減少が大きかった他の業種とは対照的である。また、飲食店が6~8Km地帯で、織物・衣服・身の回り品小売業が4~6Km地帯でそれぞれ増加幅が最も大きいのにに対し、他の業種はいずれも8~10Km地帯の増加が最大である。業種間のこうした差異は、この時期に生じた都市地域の構造的変化に対する、各小売業の反応の相違によるものである。

### (2) 方向別考察

同心円的な地帯別考察と同様に、都心を中心とする方向別考察も重要である。これは、多くの都市では、都市内部の主要交通網が都心を中心として放射状をなしており、これに沿って同質的な土地利用形態が展開していることと関係がある。名古屋市の場合、市内の自動車交通の動きがそれぞれの区の中におさまる割合の高いことが、従来の研究から明らかになっている。このため、便宜的に中区と東区を中心区として、ほぼ同じ方向にある2~4の区をまとめて全部で6つのセクターをつくり、各セクターごとに販売額の配分比率を求めた。

先ほどと同様に、43年から51年までの推移を示した第5表によれば、中・東区での大幅な減少と千種(名東区を含む)・守山区での著しい増加が、

第5表 小売業販売額の方向別配分比率

方向	区名	小売業商品販売額配分比率(%)				
		43	45	47	49	51
中央	中、東	322.7	312.2	290.1	285.5	294.5
北	西、北	125.0	125.6	128.3	125.0	114.4
東	千種、守山	78.0	89.7	101.2	103.7	119.6
南東	昭和、瑞穂、緑	141.8	130.3	146.9	153.8	137.5
南	熱田、港、南	128.8	136.7	129.5	124.8	120.3
西	中川、中村	203.8	205.5	204.0	207.2	213.7
合計		1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0

註 千種区は名東区を、昭和区は天白区をそれぞれ含む。

際立った特徴として指摘できる。他のセクターについては、中川・中村区がわずかに増加したのを除いて、他はいずれも減少であった。中・東区の減少は、地帯別考察のところでは指摘した都心付近での減少に相当しているが、千種・守山区の著増は、この時期に進んだ東部郊外地域の開発に伴うものである。

こうした推移を業種別に検討すると、全般的には小売業全体の傾向と同様、中・東区での減少と千種・守山区での増加が共通して認められる。しかし増減幅など詳細な点については、やはり業種間差異がある。織物・衣服・身の回り品小売業は、もともと中・東区の配分比率が大きい業種であるが、これは他の業種に比べるとそれほど減少幅が大きい。これに対し、都心区の比率が43年に314.2%であった自動車・自転車小売業は、51年にその値が半減し、そのぶん西・北区を除く他のセクターで大幅な増加をみた。さらに家具・建具・什器小売業は中・東区でのみ、また飲食店は中・東区と中川・中村区でのみ、それぞれ減少が認められた。

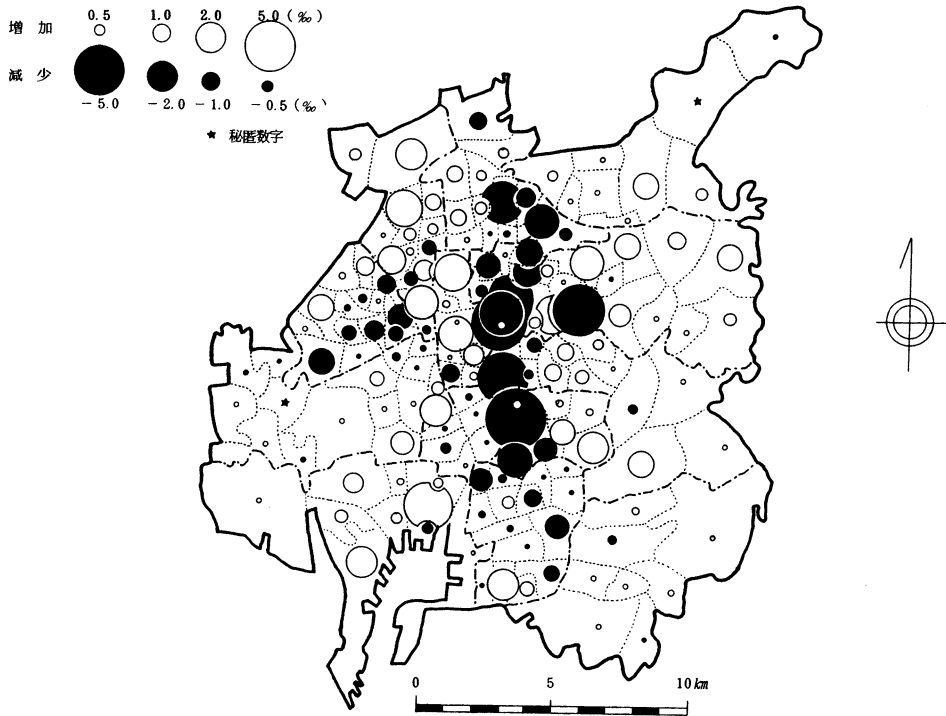
### (3) 学区別考察

販売額配分比率の推移からみた小売業のマクロな動向は以上のようなものであるが、この動きをより詳しく、たとえば学区別にみたらどうであろうか。第6・7・8図(次頁)は、昭和43年から49年までの販売額配分比率の変化量を学区別に図示したものである。これによると、43-45年の場合、減少学区は都心の東側を南北に貫く方向に認められ、しかも変化量が-5%前後で比較的大きい。これに対し、増加学区は中間ないしは周辺部に多く、全体的に増加と減少の対比がはっきりしている。

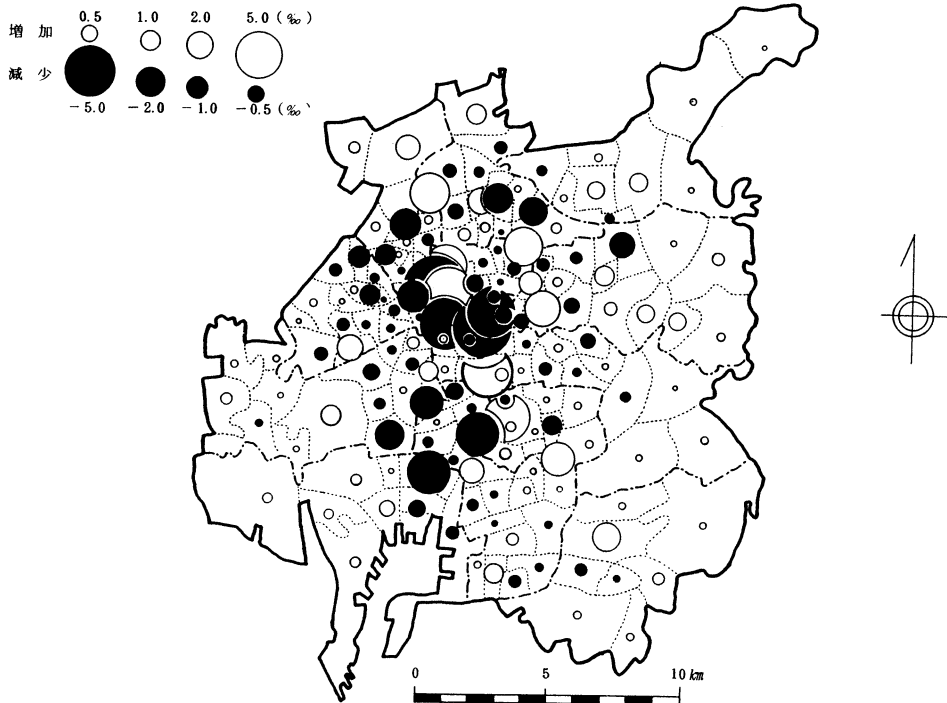
次に昭和45-47年の場合は、都心の南と北に変化量が-5%前後の減少学区があらわれ、それらを取りまくように変化量-0.5~-2%の減少学区が分布している。増加学区は中間部に多く、周辺部にある増加学区の変化量はそれほど大きくない。さらに47-49年の場合は、減少幅の小さな学区が市の中央部に数多く分布し、反対に増加幅の大きい学区が都心付近と周辺部に認められる。

これらの図から、減少学区が市の中央部からその数を増しながらしだいに拡大していく過程を読みとることができるが、その推移パターンは単純

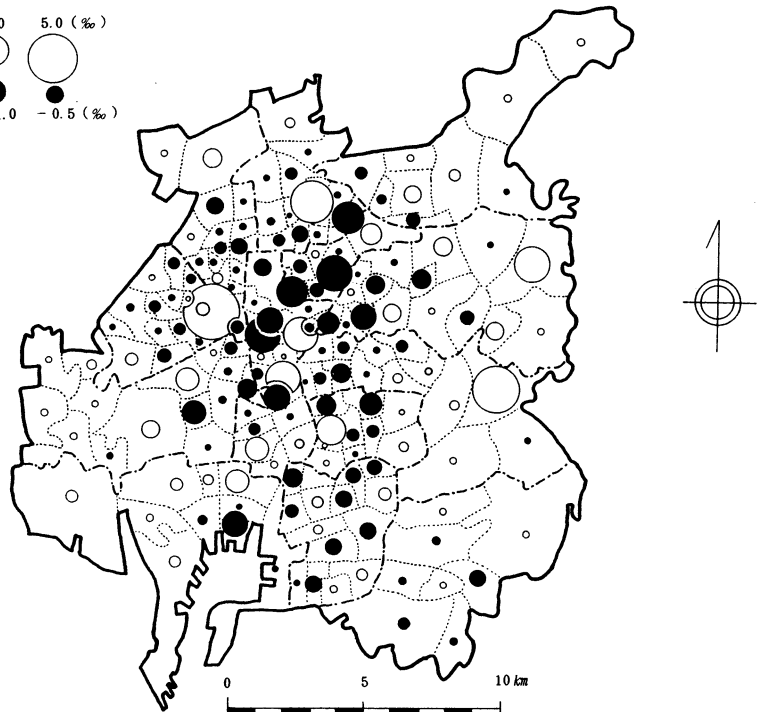
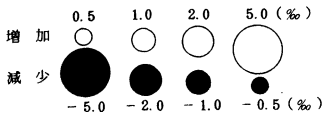




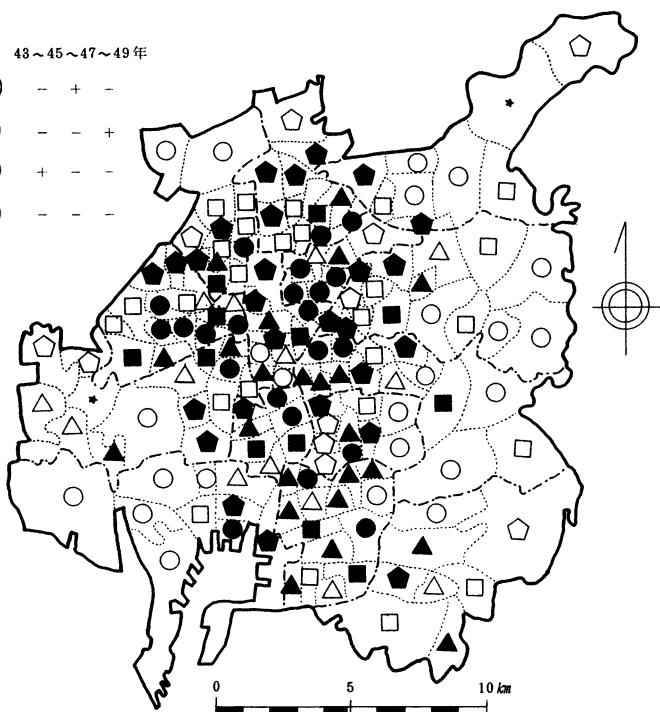
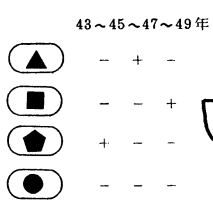
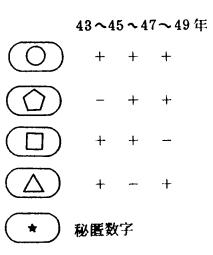
第6図 小売業販売額配分比率の変化(昭和43～45年)



第7図 小売業販売額配分比率の変化(昭和45～47年)



第8図 小売業販売額配分比率の変化（昭和47～49年）



第9図 小売業販売額配分比率の推移パターン  
（昭和43～45～47～49年）

増減

加少

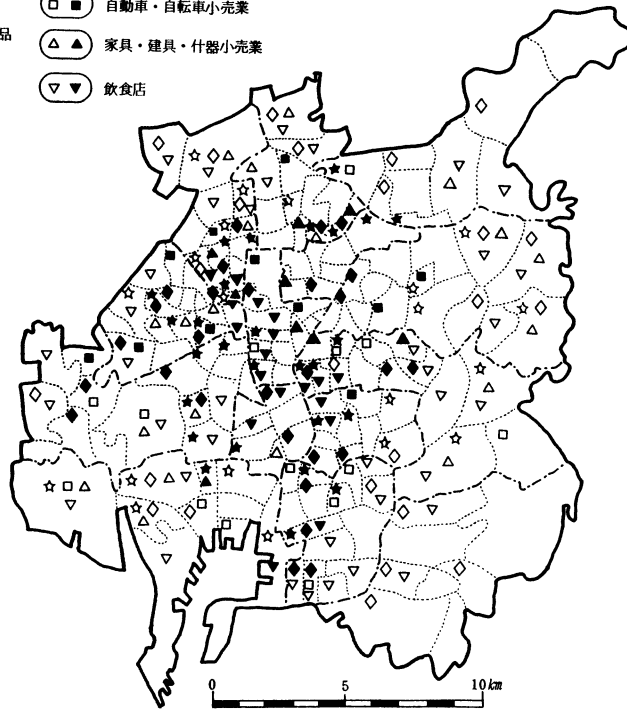
☆ ★ 織物・衣服・身の回り品  
小売業

◇ ◆ 飲食料品小売業

□ ■ 自動車・自転車小売業

△ ▲ 家具・建具・什器小売業

▽ ▼ 飲食店



第10図 販売額配分比率の連続的増加・減少業種

(昭和43～45～47～49年)

なものではない。第9図(前頁)は、変化量には関係なく、ただ増減パターンのみ注目して、その類型化を試みたものである。この図によれば、市の中央部に減少を2度以上経験した学区が集まり、周辺部に連続的な増加学区か、もしくはこれに近い学区が分布していることがわかる。また、増加学区群と減少学区群の分布上のマクロな対比は、先に述べた同心円構造よりもむしろ南北方向のベルト構造を想定した方がよく、中央ベルトでの減少と東西両ベルトでの増加というパターンが考えられる。

しかしその場合にも、中央ベルトのなかには連続的な増加学区やこれに近いものが散見される。しかもそれらが数学区ずつ連続して分布していることから考えて、これらは偶然的なものではなく、まとまった小売業地域としてこの期間中に発展してきたものと考えられる。これらの小売業地域は、

都心と郊外の間位置する交通結節点付近にあり、都心につぐサブ・センター的な小売業地域に他ならない。

小売業全体の推移パターンは、以上述べてきたようにならかなり複雑であるが、これを業種別に検討すると、増減傾向がこれまた一様でないことがわかる。第10図は、この期間中に配分比率が連続的に増加した学区と同じく減少した学区の業種を示したものである。これによると、連続的な増加学区は、いずれの業種の場合も周辺部に多く位置しているが、連続的な減少学区は中央部に多くある。しかし減少学区の数は業種によってかなり異なっている。たとえば織物・衣服・身の回り品小売業と飲食料品小売業はその数が25前後と多いが、自動車・自転車小売業と家具・建具・什器小売業はその半数にも満たない。また、飲食店の減少学区は都心部とその周辺に集中分布しており、中心部

での減少と周辺部での増加がきわめて対照的である。小売業のこうした分布動向を数量的に捉えるため、最後に業種別の地域集中係数を求めた。この係数は、ある業種の小売業が常住人口の配分状況に比べどれだけ偏在（集中）しているかを示すもので、算出にあたっては、各学区について常住人口配分比率（％）と当該業種小売業販売額配分比率（％）との差を求め、そのうち正（または負）の値を合計して、これを1,000で除した値（絶対値）である。これら地域集中係数は0から1までの範囲をとり、1に近いほど分布集中度が強いといえる。第6表は、こうして算出した業種別の地域集中係数を示したものである。いずれの業種も45年から49年にかけて、係数値が低下し、小売業の分散化の進展を示しており、これまで述べてきた小売業の中心部での停滞・衰退と、周辺部での発展が別のかたちで実証されたといえる。また地域集中係数の大きさの順位は、織物・衣服・身の回り品小売業と自動車・自転車小売業を除いて、あとは兩年とも変わっていない。3位から4位に転じた自動車・自転車小売業の減少幅は他に比べて大きく、この業種の分散化がいかに激しかったかを物語っている。

第6表 業種別地域集中係数

業種	年次	45	49
各種商品小売業		0.859	0.836
織物・衣服・身の回り品小売業		0.539	0.532
飲食料品小売業		0.213	0.209
自動車・自転車小売業		0.566	0.524
家具・建具・什器小売業		0.405	0.371
飲食店		0.569	0.547

## 2. 主要小売業地域の動向

### (1) 主要小売業地域の動向

小売業は、その分布が普遍的である反面、ある特定地域に集中分布する傾向も有している。このため、小売業販売額のかかなりの部分が、少数の主要な小売業地域によって占められることが少なくない。それゆえ、都市内部の小売業の動向を明らかにするには、こうした主要小売業地域について、とくに詳しく検討する必要がある。

そこでまず、昭和51年度の小売業販売額が上位50位までに入った学区について、43年から始まる2年おきの販売額配分比率の推移表を作成した（第7表・次頁）。これらの学区は、中、中村、千種、北、西、南の各区に多く、これら全体で市内総販売額の63.1%を占める。なかでも中心部に位置する中区には、10位以内に入る学区が5つもあり、これらは市内最大の小売業地域を形成している。これ以外の主要小売業地域は、中村、千種、北など中間区の内側にあり、多くは主要交通網の結節点付近に形成されている。

次に、これら50学区を上位と下位に2分して、その動向を検討してみよう。上位25学区のうち、43-51年の間に配分比率が増加したのは8学区にすぎず、大半は減少を示した。増加学区は名古屋駅付近や中間部に位置するものが多く、それらの増加に大きく寄与した業種としては、織物・衣服・身の回り品、自動車・自転車、それに家具・建具・什器の各小売業が考えられる。これに対し、減少学区は都心そのものよりはむしろ都心周辺部に位置するものが多く、減少の主な理由は、自動車・自転車小売業と家具・建具・什器小売業の大幅な比率の減少にもとめられる。各種商品小売業の寄与率が明らかでないので即断はできないが、上位学区群の動向についてみた場合、小売業の成長を

第7表 主要学区の小売業

順位	学区名	区名	小売業販売額配分比率(名古屋市=1,000.0)とその増減										昭和43-49年で変化が大きかった業種とその比率(%)
			51年	51-49	49	49-47	47	47-45	45	45-43	43	51-43	
1	栄	中	155.6	-10.5	166.1	-1.7	167.8	11.7	156.1	0.2	156.3	-0.7	織(16.3) 自(14.0)
2	新明	中村	92.5	5.1	87.4	1.2	86.2	-1.9	88.1	2.3	85.8	6.7	織(19.9) 家(-13.6)
3	新栄	中	23.6	-0.4	24.0	-0.2	24.2	-0.7	24.9	-4.1	29.0	-5.4	自(-52.5) 家(-15.5)
4	大須	中	17.6	-0.8	18.4	-3.0	21.4	-4.6	26.0	2.6	23.4	-5.8	織(-31.6) 家(8.9)
5	名城	中	16.6	-3.0	19.6	-0.8	20.4	-4.7	25.1	4.0	21.1	-4.5	自(-15.6) 家(3.1)
6	老松	中	15.7	-0.8	16.5	2.7	13.8	-6.6	20.4	-6.8	27.2	-11.5	自(-77.1) 飲(11.3)
7	内山	千種	13.6	-0.2	13.8	0.3	13.5	2.1	11.4	-2.3	13.7	-0.1	飲(-8.5) 家(2.6)
8	牧野	中村	13.0	-3.3	16.3	6.3	10.0	-0.5	10.5	-1.3	11.8	1.2	家(49.4) 織(17.9)
9	名北	北	10.8	0.1	10.7	4.1	6.6	-2.1	8.7	-5.8	14.5	-3.7	自(-44.1) 織(3.9)
10	春岡	千種	10.7	-2.5	13.2	-1.7	14.9	3.4	11.5	3.2	8.3	2.4	織(5.7) 家(2.8)
11	白金	昭和	10.0	-1.5	11.5	-0.3	11.8	5.2	6.6	-5.2	11.8	-1.8	自(7.3) 家(-3.2)
12	白鳥	熱田	9.6	0.1	9.5	0.5	9.0	-3.8	12.8	-0.1	12.9	-3.3	自(-4.8) 家(-3.6)
13	六反	中村	9.0	0.0	9.0	-0.5	9.5	-0.2	9.7	-0.4	10.1	-1.1	飲(-10.1) 織(-1.5)
14	六郷	北	8.8	-1.8	10.6	-1.9	12.5	-2.0	14.5	-2.6	17.1	-8.3	織(-26.0) 家(-13.9)
15	田代	千種	8.5	0.3	8.2	1.0	7.2	-0.8	8.0	-6.2	14.2	-5.7	自(44.0) 織(4.8)
16	飯田	北	8.4	3.0	5.4	-0.4	5.8	0.4	5.4	-1.0	6.4	2.0	自(4.0) 料(-2.4)
17	西築地	港	8.3	2.4	5.9	-1.8	7.7	-1.2	8.9	-0.6	9.5	-1.2	織(-6.9) 家(-4.7)
18	白水	南	8.2	-0.4	8.6	-0.8	9.4	1.0	8.4	2.4	6.0	2.2	自(4.1) 飲(2.1)
19	東山	千種	8.1	0.7	7.4	0.2	7.2	0.6	6.6	1.4	5.2	2.9	織(3.2) 飲(1.8)
20	平和	中	7.9	0.9	7.0	2.9	4.1	0.0	4.1	0.4	3.7	4.2	織(7.0) 料(-1.0)
21	笠寺	南	7.4	-0.5	7.9	1.1	8.8	-0.1	8.9	-1.2	10.1	-2.7	自(-7.2) 料(-1.6)
22	御園	中	7.3	1.0	6.3	0.0	6.3	-9.1	15.2	0.4	14.8	-7.5	家(-70.1) 飲(-6.0)
23	葵	東	7.1	-0.5	7.6	-0.7	8.3	-0.3	8.6	-5.1	13.7	-6.6	自(-37.0) 家(19.3)
24	八熊	中川	7.1	-0.2	7.3	-1.0	8.3	1.5	6.8	0.8	6.0	1.1	自(5.4) 家(-2.0)
25	堀田	瑞穂	7.0	-0.6	7.6	0.3	7.3	0.8	6.5	-0.9	7.4	-0.4	飲(2.9) 家(0.5)

織：織物・衣服・身の回り品小売業      料：飲食品小売業      自：自動車・自転車小売業  
 家：家具・建具・什器小売業      飲：飲食店

販売額配分比率(%)の推移

順位	学区名	区名	小売業販売額配分比率(名古屋市=1,000.0)とその増減										昭和43-49年で変化が大きかった業種とその比率(%)
			51年	51-49	49	49-47	47	47-45	45	45-43	43	51-43	
26	御器所	昭和	6.7	-0.9	7.6	-0.9	8.5	0.2	8.3	-0.5	8.8	-2.1	自( 9.3) 織(- 5.3)
27	高 蔵	熱田	6.7	0.9	5.8	-1.8	7.6	-1.1	8.7	-0.4	9.1	-2.4	家(-21.3) 自( 6.4)
28	稻 生	西	6.5	0.0	6.5	-0.1	6.6	4.0	2.6	0.9	1.7	4.8	織( 23.2) 料( 4.2)
29	稲葉地	中村	6.4	0.6	5.8	-0.4	6.2	0.8	5.9	1.8	4.1	2.3	織( 15.5) 料( 1.2)
30	旭 丘	東	6.2	-1.4	7.6	-1.2	8.8	3.3	5.5	-1.6	7.1	-0.9	家(- 3.8) 料(- 1.7)
31	昭和橋	中川	6.2	0.0	6.2	-0.1	6.3	-2.0	8.3	1.1	7.2	-1.0	料( 4.2) 家(- 1.0)
32	松 栄	昭和	6.0	0.4	5.6	-0.1	5.7	-0.7	6.4	1.0	5.4	0.6	料( 1.9) 自( 1.5)
33	汐 路	瑞穂	5.9	-2.0	6.1	-1.5	7.6	0.2	7.4	0.4	7.0	-1.1	織(- 4.6) 料(- 2.3)
34	明 治	南	5.8	0.0	5.8	-0.9	6.7	1.7	5.0	-1.2	6.2	-0.4	織(- 1.5) 家(- 1.5)
35	船 方	熱田	5.6	-2.8	8.4	1.8	6.6	-0.5	7.1	-0.4	7.5	-1.9	料( 12.4) 飲(- 0.8)
36	宝	南	5.5	0.8	4.7	-0.8	5.5	0.7	4.8	-0.1	4.9	0.6	自(- 4.0) 織( 1.3)
37	広 路	昭和	5.4	-0.3	5.7	-0.1	5.8	0.3	5.5	0.9	4.6	0.8	自( 18.1) 料(- 2.4)
38	菊 住	南	5.4	0.0	5.4	-0.6	6.0	3.2	2.8	-0.2	3.0	2.4	織(- 6.4) 料( 1.1)
39	高 見	千種	5.4	0.6	4.8	-0.8	5.6	0.6	5.0	0.3	4.7	0.7	織( 6.3) 自(- 3.4)
40	常 盤	中川	5.3	-0.3	5.6	1.4	4.2	-0.9	5.1	0.9	4.2	1.1	自( 15.0) 家(- 1.7)
41	庄 内	西	5.2	-1.2	6.4	-0.9	7.3	0.0	7.3	3.8	3.5	1.7	自( 15.0) 飲( 2.0)
42	山 吹	東	5.2	0.3	4.9	-0.6	5.5	-0.3	5.8	-1.2	7.0	-1.8	料(- 5.3) 織(- 1.5)
43	東志賀	北	5.1	-0.9	6.0	-0.1	6.1	1.9	4.2	1.7	3.5	1.6	自( 3.0) 飲( 1.4)
44	城 西	西	5.1	0.2	4.9	-0.6	5.5	0.0	5.5	-0.8	6.3	-1.2	織(- 4.5) 家(- 4.4)
45	上 野	千種	5.1	0.3	4.8	0.0	4.8	-0.6	5.4	2.3	3.1	2.0	自( 7.5) 家( 4.5)
46	日 吉	中村	5.0	-0.4	5.4	-0.6	6.0	-0.2	6.2	-1.0	7.2	-2.2	織(- 8.0) 自( 2.7)
47	清 水	北	4.9	-0.5	5.4	-0.4	5.8	0.6	5.2	0.3	4.9	0.0	自( 4.2) 飲( 1.6)
48	金 城	北	4.8	-0.1	4.9	-0.3	5.2	-0.9	6.1	0.5	5.6	-0.8	織(- 9.4) 自( 2.0)
49	那古野	西	4.4	-1.1	5.5	-0.2	5.7	-0.2	5.9	-0.7	6.6	-2.2	織(- 5.7) 料(- 2.5)
50	上名古屋	西	4.4	-0.6	5.0	-0.4	5.4	0.2	5.2	0.5	4.7	-0.3	家( 6.1) 料( 2.2)

促した主な業種は、織物・衣服・身の回り品小売業であり、反対に衰退を促進したのは自動車・自転車小売業であったといえる。

一方、下位25学区については、配分比率の増加学区と減少学区はそれぞれ11学区、13学区と相半ばした。増加に寄与した業種としては、自動車・自転車小売業と織物・衣服・身の回り品小売業があり、また減少に関与したのは織物・衣服・身の回り品小売業と家具・建具・什器小売業である。また、この段階になると、飲食料点小売業の動向が配分比率の増減に関連するようになることが注目される。

自動車・自転車小売業は、上位学区群では減少方向に寄与したが、下位学区群では増加に貢献した。このことは、かつて都心周辺部に集中していた自動車小売業の中心が、徐々に中間ないしは周辺部へと拡散・移行してきたことを推察させる。また、上位数学区を例外として、家具・建具・什器小売業はいずれの場合も減少方向に作用しており、この業種の下位学区すなわち周辺部への移行を示唆している。さらに、織物・衣服・身の回り品小売業は、上位学区群では増加、下位学区群では増加・減少の両方向に働いており、これは上位学区群におけるこの業種の集中化や、学区間格差の増大を物語るものである。

## (2) 変動の要因

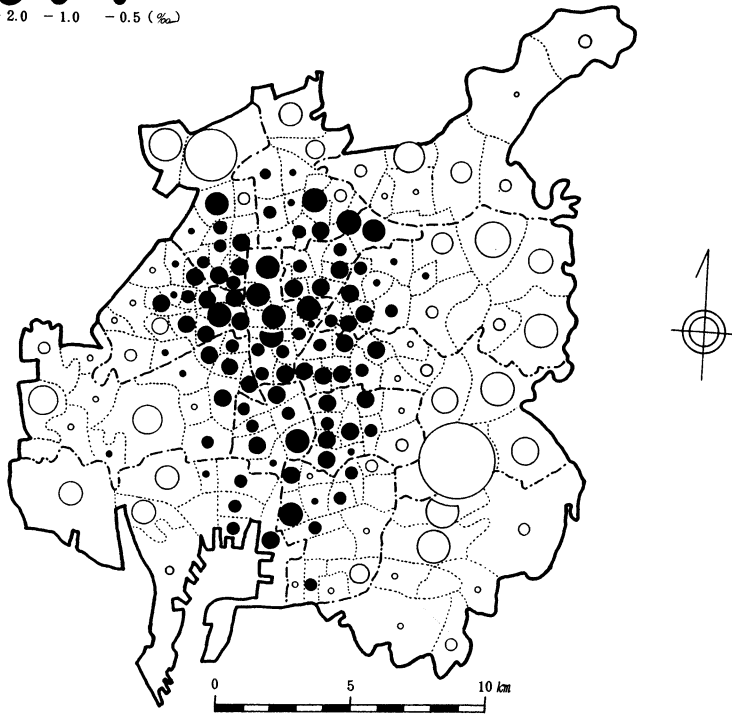
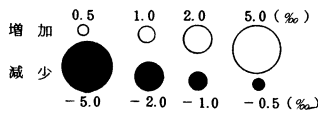
販売額配分比率の変化は、あくまで相対的なものであり、これの減少がそのまま小売業地域の絶対的な衰退を意味するものではない。しかし、配分比率が連続的に減少した学区は市全体の成長率を年々下回っている学区であり、かなり問題視される。先に述べた上位50学区のなかには、配分比率が4回のうち3回以上減少したものが19学区あり、これらは小売業の停滞ないしは衰退地域に

相当しよう。

これら19学区について、昭和43年と51年の販売額業種構成比率を検討すると、飲食料点小売業、自動車・自転車小売業、飲食店などの比率が大幅に低下している学区がいくつかみられる。このうち自動車・自転車小売業については、すでに都心周辺部から中間ないしは周辺部へ拡散・移行のあったことを述べたが、同じように飲食料点小売業についても、中心部から周辺部にかけて分散化の動きのあったことが指摘できる。もともと最奇的性格の強いこの業種は、都市中心部における夜間人口の減少と郊外での増加に伴って、分散化の傾向を強めたといえる。

こうした夜間人口の地域的変動は、小売業の地域的分布を左右する大きな要因であり、このことは昭和45-50年における夜間人口の分布変化を示した第11図が、先に示した販売額配分比率の推移パターン(第9図・11頁)と酷似していることから明らかである。しかしそれと同時に、昼間人口の集中によって支えられている主要小売業地域にあっては、昼間人口もまた小売業の盛衰を左右する。市外からの流入をも含めた昼間人口の移動は、主要交通機関の配置によって規定されるところが大きく、都心や名古屋駅を中心とする鉄道網やバス網を介して集められた昼間人口は、当然のことながらこれらの地域に集中する。このため、都心や名古屋駅付近の小売業地域における販売額の伸び率は、つねに市全体のそれにほぼ等しいかあるいはこれを上回ってきた。これに対し、主要交通機関が市電から地下鉄へ変わる際に、地下鉄網からいくぶん外れた小売業地域のなかには、衰退傾向を余儀なくされたものが少なくない。

地下鉄を中心とする交通網の展開は、基本的には都心部と郊外を結ぶように行われたが、周辺部の急激な面的発展のため、郊外と都心の中間付近



第11図 人口配分比率の変化（昭和45～50年）

にある小売業地域がこれまで以上に発展することになった。これらの地域では、従来の夜間人口に加えてさらに郊外からの流入人口が加わったため商圏人口が著しく増大した。また、40年代に大きく成長した大規模小売業が、商圏人口を確保しやすいこれら交通結節点の付近に立地したことによって、大型の核店舗を中心とする新しい商業地域の形成に貢献したといえる。

#### おわりに

本稿では、昭和40年代における、名古屋市を中心とする小売業の地域的動向について考察した。はじめにある程度予想されたように、大都市圏に

占める名古屋市の小売業シェアと、名古屋市全体に占める都市中心部のシェアはともに低下の傾向を示してきた。また、周辺地域の名古屋市に対する購買依存についても、相対的指標では全般的な減少傾向が、また絶対的指標では高次財は停滞、低次財は減少という傾向がそれぞれ読み取れる。

一方、市内小売業の地域的動向については、これをマクロ的にみれば、都心から4～6kmを境として、その内側で販売額シェアが減少し、外側（とりわけ東部郊外）で増加してきたことがわかる。また、これをミクロ的にみれば、都心周辺部での大幅な減少と、都心と郊外の間位置する交通結節点付近での増加が特徴的である。この時期は、全般的にどの業種も分散化の傾向を示してきたが、織物・衣服・身の回り品小売業が中心部



集積の傾向を保持しているのに対し、自動車・自転車小売業と家具・建具・什器小売業は中心部での減少が著しい。

このように、名古屋市中心部や名古屋市全体の販売額シェアは、40年代を通して一貫して減少傾向をたどってきたが、その度合は、都心商業地域のスラム化・空洞化を招いた北米諸都市の場合ほど激しいものではない。人口の郊外化やモータリゼーションの浸透、あるいは大規模小売店の周辺部への立地はあったが、なお公共輸送機関を利用した、都心部あるいは母都市での購買志向には根強いものがある。とはいえ、経済が低成長になり、以前のような大都市への大規模な人口集中が考えられない現在、こうした傾向は今後もつづくもの

と思われる。そしてこのことは、周辺部の市町村地化が成熟期を迎えて小売業機能が充実するのに伴い、よりいっそう強められると考えられる。

しかしこうした反面、都市中心部では再開発に伴う小売業機能の再集積や、夜間人口の回復傾向が、部分的ながら認められる。こうした動きが今後どれほどつづくか疑問ではあるが、周辺域における最寄機能の充実化を考えると、大都市圏の中核都市である名古屋市が発揮すべき機能は、やはり高次財中心の買回機能に絞られるであろう。そして、こうした機能を具体的に担うのは40年代に成長を持続した都心をはじめとする市内の主要小売業地域に他ならない。

### 栄地下街に名古屋市観光案内コーナー開設

7月1日より「栄市民サービスコーナー」が開設されました。  
ここに設けられた5つのコーナーの1つが、観光案内コーナーです。  
おそろいでお気軽にどうぞ

- 業 務：**
- ① 市内及び周辺地の観光案内
  - ② 市内の行事・催物案内
  - ③ 市内伝統工芸品・郷土玩具の展示紹介

**営業時間：**午前11時～午後6時 **休 日：**木曜日・祝日・年末年始 **TEL：**264-4688

